

消耗戦化した「双十一」（光棍節）セール

岡山県上海事務所 専任スタッフ 小林和暁

（日中経済貿易センター上海事務所 所長）

11月11日は「双十一」（光棍節）

中国では11月11日を「光棍節」と呼びます。「独身の日」の意味で、伝統的な祝祭日ではなく、一説によると1990年代に南京大学の大学生が11月11日をこのように呼び始めたのが起源とされています。かつてはこの日に合わせて、お見合いパーティーが行われたり、独身生活の終わりを記念するため結婚をしたりと、独身にかかわる文化的要素の大きい記念日でしたが、近年、この「光棍節」が中国経済界や一般市民の注目の的となっています。それは、ネット通販業界がこの日に合わせてセールを行うようになったためです。

きっかけは、アリババ傘下の天猫網（Tモール）が2009年に始めたセールです。小売業界にとって11月は、10月の国慶節商戦とクリスマス商戦の間で販売が落ち込むものの、季節の変わり目で季節商品の販売が伸びることや、1が4つ並ぶ特殊性から目を付けたものです。

現在、「光棍節」は「双十一」（ダブルイレブンの意味）と呼ぶのが一般的になりつつあり、クリスマスやバレンタインと並ぶ一大商戦の日となりました。

ネット通販業界における「双十一」セール

現在、ネット通販業界における「双十一」セールは、天猫網だけではなく、京東商城、蘇寧網など、多くのEC（電子商取引）事業者がこの日にセールを行っています。ただし、「双十一」

は2012年にアリババが商標登録したため、アリババ傘下ではないEC事業者は“「双十一」セール”をうたわずにセールを行っています。また「双十一」の盛り上がりに伴い、一部のリアル店舗もセールを行うようになりました。

「双十一」セールでは、食品、日用品などからテレビ、自動車、不動産、投資信託商品にいたるまで、ありとあらゆるものがネット上で販売されています。定価に対し30%~50%といった大幅割引が目立ち、大勢の消費者が激安販売に触発されて多くのものを買っています。大手SNSの人人網が大学生に対し行った調査では、8割近い大学生が「双十一」セールでものを買うと回答しており、65.2%の大学生が500元未満、26.1%の大学生が500元~1000元の予算を考えていると回答しました。筆者の周辺でもセール期間中にネット購買した人は多数おり、1年分の日用品を買った人もいました。ある企業は11月11日だけで売り上げが年間ネット販売額の半年分にも達しています。

消耗戦化した「双十一」セール

メディアは、“1日で570億元を狂売！”、“ネットショッピング神話”などともてはやし、消費者にとってもありがたいセールですが、販売側にとっては必ずしも喜ばしいセールとっていないようです。前述のようにまとめ買いする人もいるため、消費の先食いの傾向が少なからず見られます。EC事業者から大量販売のための必要な在庫量を指定され、資金に一定の余裕がないとセールに参加することも難しくなっ

います。

セール期間中の売り上げは大きいものの、EC事業者が低価格を強要し販売事業者はほぼ利益の出ない価格で販売させられるため、一部の販売事業者から参加の意義を疑問視する声も聞こえてきます。しかし、中国ではネット販売の伸びは大きく、リアル店舗の販売を脅かすほどに成長してきており、「双十一」セールを無視することは実際には難しそうです。

(2014年11月)

天猫網（Tモール）の「双十一」セールの販売額推移

2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
5,200 万元	9億3,600 万元	33 億 6 千万元	191 億元	362 億 2 千万元	571 億 1,200 万元

第一財經日報 11 月 12 日報道より作成



「双十一」セールの商品の配達準備をする宅配業者（2014年11月13日・上海市内）